

SKRIPSI
IMPLEMENTASI GREEN MARKETING DALAM
MENUNJANG GREEN BEHAVIOR STAFF FRONT OFFICE
DI HOTEL GRAND MIRAGE RESORT & THALASSO BALI



POLITEKNIK NEGERI BALI

Ni Nyoman Wikayani

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2024

SKRIPSI
IMPLEMENTASI GREEN MARKETING DALAM
MENUNJANG GREEN BEHAVIOR STAFF FRONT OFFICE
DI HOTEL GRAND MIRAGE RESORT & THALASSO BALI



POLITEKNIK NEGERI BALI



JURUSAN PARIWISATA
Ni Nyoman Wikayani
POLITEKNIK NEGERI BALI

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2024

SKRIPSI
IMPLEMENTASI GREEN MARKETING DALAM
MENUNJANG GREEN BEHAVIOR STAFF FRONT OFFICE
DI HOTEL GRAND MIRAGE RESORT & THALASSO BALI
Skripsi ini diusulkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan Manajemen Bisnis Pariwisata
di Politeknik Negeri Bali



POLITEKNIK NEGERI BALI



Ni Nyoman Wikayani
2015834135
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2024

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**IMPLEMENTASI GREEN MARKETING DALAM MENUNJANG
GREEN BEHAVIOR STAFF FRONT OFFICE
DI HOTEL GRAND MIRAGE RESORT & THALASSO BALI**

Skripsi ini telah disetujui oleh para Dosen Pembimbing dan
Ketua Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali
pada 15 Juli 2024

Pembimbing I,

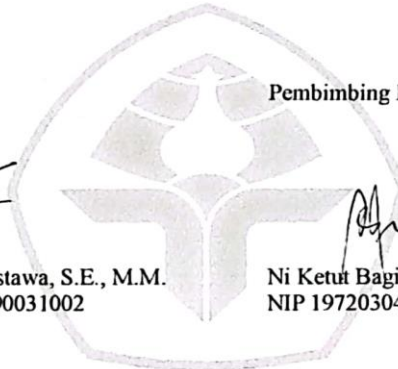


Prof. Dr. I Putu Astawa, S.E., M.M.
NIP 196609201990031002

Pembimbing II,



Ni Ketut Bagiastuti, SH., MM.
NIP 197203042005012001



JURUSAN PARIWISATA
Mengetahui,
Ketua Jurusan Pariwisata,
Politeknik Negeri Bali


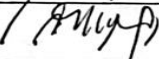



Dr. Ni Wayman Sri Astuti, S.ST.Par., M.Par.
NIP 198409082008122004

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul :

**IMPLEMENTASI GREEN MARKETING DALAM
MENUNJANG GREEN BEHAVIOR STAFF FRONT OFFICE
DI HOTEL GRAND MIRAGE RESORT & THALASSO BALI**
yang disusun oleh Ni Nyoman Wikayani (2015834135) telah dipertahankan
dalam Sidang Skripsi di depan Tim Penguji
pada hari Senin, 15 Juli 2024

	Nama Tim Penguji	Tanda Tangan
Ketua	Prof. Dr. I Putu Astawa, S.E., M.M. NIP. 196609201990031002	
Anggota	Dr. Drs. I Ketut Sutarna, MA NIP. 196312311989101001	
Anggota	Made Sudiarta, SS., M.Par NIP. 196812062002121002	

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

Mengetahui,
Ketua Jurusan Pariwisata
Politeknik Negeri Bali




Dr. Ni Nyoman Sri Astuti, S.ST.Par., M.Par.
NIP 198409082008122004

HALAMAN PERSETUJUAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ni Nyoman Wikayani
NIM : 2015834135
Program Studi : D-IV Manajemen Bisnis Pariwisata

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

IMPLEMENTASI GREEN MARKETING DALAM MENUNJANG GREEN BEHAVIOR STAFF FRONT OFFICE DI HOTEL GRAND MIRAGE RESORT & THALASSO BALI

Yang ditulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Manajemen Bisnis Pariwisata merupakan hasil karya saya. Semua informasi yang tercantum dalam skripsi yang berasal dari karya orang lain telah diberikan penghargaan dengan mencantumkan nama sumber penulis dengan benar sesuai norma, kaidah, dan etika akademik.

Apabila dikemudian hari diketahui bahwa sebagian atau keseluruhan tesis tersebut bukan karya asli saya atau terdapat kasus plagiarisme, saya dengan rela menerima konsekuensi pencabutan gelar akademik saya dan sanksi lainnya sebagaimana didalilkan oleh Hukum Nasional Indonesia.

Badung, 15 Juli 2024



Ni Nyoman Wikayani

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa atas berkat dan rahmatnya-Nyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Implementasi Green Marketing Dalam Menunjang Green Behavior Staff Front Office di Hotel Grand Mirage Resort & Thalasso Bali” tepat pada waktunya.

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk menganalisis implementasi green marketing dalam menunjang green behavior staff front office di hotel Grand Mirage.

Pada kesempatan ini, penulis dengan ketulusan dan kerendahaan hati hendak menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan dorongan dan juga masukan dalam penyusunan laporan penelitian ini, antara lain;

1. I Nyoman Abdi, S.E., M.e Com. Selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang memberikan fasilitas serta kesempatan pada penulis untuk melaksanakan perkuliahan di kampus Politeknik Negeri Bali.
2. Dr. Ni Nyoman Sri Astuti, SST.Par., M.Par., selaku Ketua Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan izin dalam melaksanakan perkuliahan pada Jurusan Pariwisata serta turut membantu kelancaran penulis dalam melakukan penyusunan skripsi.
3. Putu Tika Virginiya, S.Pd., M.Pd., Si selaku Sekretaris Jurusan Pariwisata yang serta membantu memberikan kelancaran dan masukan bagi penulis.
4. Made Satria Pramanda Putra, S.H., S.E., M.M selaku Ketua ProdiManajemen Bisnis Pariwisata yang serta memberikan banyak panduan, dorongan, dan masukan dalam melaksanakan penyusunan skripsi.
5. Prof. DR. I Putu Astawa, SE., MM selaku Dosen Pembimbing I yang serta memberikan pandangan, arahan, motivasi dan telah meluangkan waktu untuk membimbing penulis demi kelancaran penyusunan skripsi ini dari tahap awal sampai akhir.
6. Seluruh senior di Grand Mirage Resort & Thalasso Bali khususnya di bagian Reservasi yang telah dapat menerima penulis untuk belajar di hotel tersebut,

memberikan dukungan, bantuan dalam pengumpulan data, pemahaman serta penyaluran ilmu baru bagi penulis yang sangat berguna untuk kelancaran penulisan skripsi ini.

7. Seluruh keluarga, sahabat, teman, dan yang senantiasa memberikan dorongan motivasi, dukungan secara terus menerus sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis



Ni Nyoman Wikayani

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

ABSTRAK

Wikayani, Ni Nyoman. 2024. *Implementasi Green Marketing Dalam Menunjang Green Behavior Staff Front Office di Hotel Grand Mirage Resort & Thalasso Bali*. Skripsi : Manajemen Bisnis Pariwisata, Politeknik Negeri Bali.

Skripsi ini telah disetujui dan di periksa oleh Pembimbing I : Prof. Dr. I Putu Astawa, SE., MM. dan Pembimbing II : Ni Ketut Bagiasuti, SH., MM.

Kata Kunci : implementasi, hubungan, green marketing, green behavior.

Isu pelestarian lingkungan akhir – akhir ini menjadi topik hangat pada kalangan masyarakat, mengingat kerusakan lingkungan yang marak terjadi di lingkungan hidup manusia, dan industri atau perusahaan – perusahaan besar menjadi penyumbang paling besar limbah – limbah yang dapat merusak lingkungan hidup manusia. Maka daripada itu untuk mengurangi kerusakan lingkungan perusahaan menggunakan tren hijau untuk meminimalisir kerusakan lingkungan atau disebut dengan *green marketing*. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui implementasi green marketing di hotel Grand Mirage Resort & Thalasso Bali dan hubungan *green marketing* dalam menunjang *green behavior* staff front office. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dan kuantitatif dengan data primer yang dikumpulkan melalui wawancara, kuesioner, observasi. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode sampel jenuh dengan jumlah sampel sebanyak 30 responden. Implementasi *green marketing* dilakukan dengan indikator *green produk*, *green price*, *green place*, *green promotion*. hubungan green marketing terhadap *green behavior* dilakukan dengan indikator kesadaran lingkungan, partisipasi dalam program keberlanjutan, praktik harian yang mendukung keberlanjutan dan respon terhadap lingkungan. Persetujuan hubungan *green marketing* dengan *green behavior* disetujui oleh departemen reservasi dan sales marketing. Berdasarkan hasil wawancara menggunakan teknik deskripsif kualitatif dan didukung dengan hasil kuesioner menggunakan uji regresi linear dua sederhana menunjukkan bahwa implementasi *green marketing* berjalan dengan signifikan namun disarankan agar lebih meningkatkan implementasi *green marketing*. *Green marketing* berpengaruh positif terhadap *green behavior* staff.

ABSTRAK

Wikayani, Ni Nyoman. 2024. Implementation of Green Marketing to Support Green Behavior of Front Office Staff at the Grand Mirage Resort & Thalasso Hotel Bali. Thesis: Tourism Business Management, Bali State Polytechnic.

This thesis has been approved and checked by Supervisor I: Prof. Dr. I Putu Astawa, SE., MM. and Supervisor II: Ni Ketut Bagiastuti, SH., MM.

Keywords: implementation, relationships, green marketing, green behavior.

The issue of environmental conservation has recently become a hot topic among the public, considering that environmental damage is rampant in the human environment, and industries or large companies are the largest contributors to waste that can damage the human environment. Therefore, to reduce environmental damage, companies use green trends to minimize environmental damage or called green marketing. The purpose of this study is to find out the implementation of green marketing in Grand Mirage Resort & Thalasso Bali hotels and the relationship of green marketing in supporting green behavior of front office staff. This research is a qualitative and quantitative research with primary data collected through interviews, questionnaires, and observations. Sampling in this study uses a saturated sample method with a sample of 30 respondents. The implementation of green marketing is carried out with green product indicators, green price, green place, green promotion. The relationship between green marketing and green behavior is carried out with indicators of environmental awareness, participation in sustainability programs, daily practices that support sustainability and response to the environment. The approval of the green marketing relationship with green behavior is approved by the reservation and sales marketing department. Based on the results of the interview using qualitative descriptive techniques and supported by the results of a questionnaire using a simple two-line linear regression test, it shows that the implementation of green marketing is running significantly, but it is recommended to further improve the implementation of green marketing. Green marketing has a positive effect on green behavior staff.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSYARATAN GELAR SARJANA TERAPAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
HALAMAN PERSETUJUAN TIDAK PLAGIAT	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Tinjauan Green Hotel.....	6
2.1.2 Tinjauan Green Marketing.....	7
2.1.3 Tinjauan Green Behavior.....	9
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	11
2.3 Rumusan Hipotesis.....	15
BAB III METODE PENELITIAN	17
3.1 Lokasi dan Periode Penelitian	17
3.2 Objek Penelitian	17

3.3 Identifikasi Variabel.....	17
3.4 Definisi Oprasional Variabel	18
3.5 Jenis Dan Sumber Data	21
3.6 Penentuan Sampel dan Populasi.....	22
3.7 Pengumpulan Data	23
3.8 Analisis Data.....	25
3.8.1 Uji Validitas dan Uji Realibilitas.....	27
3.8.2 Uji Asumsi Klasik	29
3.8.3 Regresi Linier Sederhana	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	32
4.1.1 Sejarah Hotel Grand Mirage Resort & Thalasso Bali	32
4.1.2 Bidang Usaha	33
4.1.3 Fasilitas Grand Mirage Resort & Thalasso Bali	34
4.1.4 Struktur Organisasi Front Office Department di Grand Mirage Resort & Thalasso Bali	39
4.1.5 Tugas dan Tanggung Jawab Front Office Department di Grand Mirage Resort & Thalasso Bali	40
4.2 Hasil dan Pembahasan.....	42
4.2.1 Penerapan Green Marketing di Grand Mirage Resort & Thalasso Bali.....	42
4.2.2 Hubungan green marketing dalam menunjang green behavior staff front office di hotel Grand Mirage Resort & Thalasso Bali.	56
4.2.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	58
4.2.4 Uji Asumsi Klasik	60
4.2.5 Analisis Regresi sederhana	63
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	70
5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA.....	72
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR TABEL

TABEL 2. 1 HASIL PENELITIAN SEBELUMNYA	11
TABEL 3. 1 DEFINISI OPRASIONAL VARIABEL	18
TABEL 4. 1 HASIL WAWANCARA GREEN PRODUK	43
TABEL 4. 2 HASIL WAWANCARA GREEN PRICE.....	47
TABEL 4. 3 HASIL WAWANCARA GREEN PLACE	50
TABEL 4. 4 HASIL WAWANCARA GREEN PROMOTION	52
TABEL 4. 5 KARAKTERISTIK RESPONDEN BEDASARKAN JENIS KELAMIN ..	56
TABEL 4. 6 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN USIA.....	57
TABEL 4. 7 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN LAMA BEKERJA	57
TABEL 4. 8 HASIL UJI VALIDITAS.....	58
TABEL 4. 9 TABEL HASIL RELIABILITAS.....	60



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 3. 1 ANALISIS DATA MODEL MILES & HUBERMAN	26
GAMBAR 3. 2 PENGUKURAN SKALA LIKERT	27
GAMBAR 4. 1 STRUKTUR ORGANISASI FRONT OFFICE GRAND MIRAGE RESORT & THALASSO BALI	39
GAMBAR 4. 2 SABUN ECO-LABEL	47
GAMBAR 4. 3 BOTOL MINUM KEMASAN KACA	50
GAMBAR 4. 4 AIR TERJUN DI LOBBY	52
GAMBAR 4. 5 WEB RESMI HOTEL	56
GAMBAR 4. 6 HASIL UJI NORMALITAS	61
GAMBAR 4. 7 HASIL UJI HETEROSKEDAKTISITAS (DIBAWAH)	62
GAMBAR 4. 8 HASIL UJI AUTO KORELASI	63
GAMBAR 4. 9 HASIL UJI REGRESI LINIER SEDERHANA	64
GAMBAR 4. 10 HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI	65
GAMBAR 4. 11 HASIL UJI T	66

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Pertanyaan Wawancara.....	75
Lampiran 2. Daftar Kuesioner.....	74
Lampiran 3. Transkrip Wawancara	77
Lampiran 4. Tabulasi Data Kuesioner.....	80
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	82
Lampiran 6. Hasil Uji Asumsi Klasik	89
Lampiran 7. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	91
Lampiran 8. Penerapan green product	92
Lampiran 9. Penerapan green place	93
Lampiran 10. Penerapan green promotion.....	93
Lampiran 11. Dokumentasi wawancara	95



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Isu pelestarian lingkungan akhir - akhir ini telah menjadi pembahasan dalam dunia internasional, dimana isu lingkungan hidup menjadi perhatian penting bagi seluruh dunia seiring dengan banyaknya permasalahan yang akan mengancam lingkungan hidup manusia. perkembangan industri secara besar-besaran menjadi penyumbang terbesar kerusakan lingkungan di bumi ini. Salah satu pemicu *global warming* yakni industri pariwisata, dimana industri pariwisata merupakan salah satu faktor penting dalam perekonomian di dunia, Kadir (2022) pada Igo et al (2023).

Adanya tekanan mengenai kerusakan lingkungan yang sangat tidak mungkin untuk diabaikan, suatu perusahaan harus meningkatkan model bisnis baru dengan menerapkan tren hijau yang saat ini populer, mengingat sebagian besar perusahaan-perusahaan yang ada memiliki kontribusi besar dalam pemanasan global (*global warming*). Sehingga perusahaan yang terkait harus mulai memperhatikan hal *green label, green product, green producers, green business* dan sebagainya yang secara umum dikenal dengan istilah *green marketing*.

Dalam kaitannya dengan industri pariwisata, *green marketing* memiliki tujuan untuk memberi peningkatan pada daya beli konsumen dan konsumen nantinya juga akan lebih menikmati fasilitas-fasilitas ramah lingkungan yang mengedepankan

green tourism atau pariwisata berkelanjutan Dewi et al (2022) pada Pendidikan & Kebudayaan (2021).

Salah satu perusahaan yang bergerak dibidang industri pariwisata dengan menerapkan konsep *green marketing* yakni Grand Mirage Resort & Thalasso Bali. Grand Mirage Resort & Thalasso Bali merupakan salah satu hotel yang berlokasi di Tanjung Benoa. Adapun dimensi *green marketing* yang telah di terapkan di hotel Grand Mirage Resort & Thalasso Bali antara lain:

- (1) Distribusi ramah lingkungan, contohnya penggunaan produk organik di Spa Thalasso Bali.
- (2) Publisitas dan sponsor ramah lingkungan, contohnya menggunkan media sosial sebagai media promosi seperti *instagram, facebook, dan influencer* media sosial.

Dari beberapa dimensi *green marketing* yang sudah diterapkan di hotel Grand Mirage Resort & Thalasso Bali, masih ada dimensi yang belum terlaksana dikarenakan kurangnya pemahaman staff mengenai pentingnya *green marketing* di dalam suatu perusahaan agar tidak memberikan dampak yang negatife pada lingkungan.

komitmen *staff* dalam berperilaku ramah lingkungan sangatlah penting untuk kegiatan implementasi *green marketing* agar memberikan dampak positif pada lingkungan serta dapat mengembangkan tren hijau dengan baik di hotel Grand Mirage Resort & Thalasso Bali.

Green behavior atau prilaku hijau adalah prilaku yang dilakukan manusia untuk memelihara dan menjaga lingkungan hidup, perilaku tersebut dilakukan

karena tanggung jawab dan kepedulian mereka atas kelestarian dan keberlanjutan alam. *Green behavior* dapat dikatakan sebagai bentuk etika manusia dalam memperlakukan lingkungan hidupnya Capra (2010) pada Ekonomi Dan Perbankan et al (2023).

Green behavior adalah konsep yang sangat penting dalam industri perhotelan, terutama dibagian *front office*, hal ini disebabkan oleh interaksi langsung yang dimiliki oleh staff *front office* dengan tamu, yang memberikan potensi besar dalam menciptakan lingkungan hotel yang ramah lingkungan, Yuniati (2021). Selain itu *front office* juga menjadi kawasan dengan penggunaan sumber daya yang tinggi sehingga dengan mengimplementasikan green marketing diharapkan dapat membantu penggunaan sumber daya secara efisien. Melibatkan penggunaan strategi pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan mengubah perilaku *staff* agar lebih ramah lingkungan. implementasi *green marketing* diharapkan dapat membantu membangun budaya perusahaan yang berfokus pada keberlanjutan, mendorong karyawan untuk meningkatkan *green behavior* tidak hanya dalam lingkup pekerjaan tetapi juga dalam kehidupan sehari – hari.

Pada kenyataannya hotel Grand Mirage Resort & Thalasso Bali yang sudah melaksanakan beberapa dimensi *green marketing*, tidak luput dari kurangnya kesadaran *staff front office* mengenai dimensi *green marketing*, seperti pemakaian kertas yang tinggi karena hotel masih menggunakan *hard copy* dalam proses *payment booking direct* kepada tamu yang akan menginap. Mengenai penggunaan botol minum plastik sekali pakai, ada beberapa *staff front office* yang masih menggunakan botol minum plastic sekali pakai.

Dari uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul “Implementasi Green Marketing Dalam Menunjang Green Behavior Staff Front Office di Hotel Grand Mirage Resort & Thalasso Bali”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti ingin menganalisis beberapa permasalahan yaitu :

1. Bagaimanakah penerapan *green marketing* di Grand Mirage Resort & Thalasso Bali.
2. Bagaimanakah hubungan *green marketing* dalam menunjang *green behavior* staff Front Office di Hotel Grand Mirage Resort & Thalasso Bali.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah ingin mengetahui Penerapan *green marketing* di Grand Mirage Resort & Thalasso Bali apakah dilakukan secara maksimal atau belum dan juga untuk mengetahui hubungan *green marketing* dalam menunjang *green behavior* staff front office di hotel Grand Mirage Resort & Thalasso Bali.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Hotel

Sebagai masukan positif bagi hotel dan hasil penelitian ini di harapkan dapat menjadi sumber informasi dalam penerapan *green marketing* untuk meningkatkan *green behavior staff front office* di Grand Mirage Resort & Thalasso Bali.

2. Bagi karyawan

Sebagai masukan positif dalam meningkatkan *green behavior* di Grand Mirage Resort & Thalasso Bali.

3. Bagi Peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya dapat dijadikan bahan rujukan untuk mengkaji materi yang berkaitan dengan *green marketing* dan *green behavior*, akan memberikan peluang untuk mengkaji lebih jauh dan lebih dalam kembali mengenai pengaruh *green marketing* dalam menunjang *green behavior*.



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa penerapan *green marketing* pada setiap indikator sangat berperan penting dalam perusahaan, seperti penerapan *green product* memberikan dampak positif terhadap pencemaran lingkungan dengan *staff* menggunakan sabun cuci tangan yang sudah *bereco-label*, pada penerapan *green price* pengolahan limbah agar bisa digunakan kembali (*reuse*) memberikan dampak kepada hotel secara ekonomis, pada penerapan *green place* mampu memberikan dampak yang positif kepada lingkungan agar lingkungan sekitar tetap asri dengan membersihkan area sekitar hotel dan juga pesisir pantai sekitar hotel yang sering kali sampah banyak bertebaran yang datang dari laut, dan pada penerapan *green promotion* juga memberikan dampak yang positif kepada lingkungan sekitar dikarenakan sudah mampu mengurangi penggunaan kertas dengan mempromosikan *product* hotel dengan menggunakan sosial media seperti instagram dan facebook. Hal ini menjelaskan bahwa Hotel Grand Mirage Resort & Thalasso Bali sudah mengimplementasikan *green marketing* secara baik dilihat dari hasil penelitian yang sudah mampu memberikan dampak yang baik terhadap lingkungan.

Hubungan *green marketing* dalam menunjang *green behavior* memiliki hubungan yang positif, dengan di terapkannya *green marketing* dapat menunjang *green behavior staff front office*. *Green marketing* dapat memberikan hal yang

positif terhadap *staff front office* seperti pengurangan penggunaan botol plastik sekali pakai dan pengurangan penggunaan kertas, dan *green marketing* memberikan pengaruh perilaku *staff* untuk lebih peduli terhadap lingkungan hotel, seperti penggunaan produk yang sudah *bereco-label*, pembersihan area sekitar hotel, pesisir pantai sekitar hotel dan juga pelepasan penyu.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian peneliti bermaksud memberikan saran yang dapat bermanfaat bagi perusahaan dan peneliti selanjutnya, bahwa dengan berjalannya implementasi *green marketing* di hotel diharapkan penerapan *green marketing* lebih ditingkatkan agar *green behavior staff* juga selalu meningkat seiring berjalannya peningkatan *green marketing*. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber dan referensi yang terkait dengan hubungan *green marketing* dalam menunjang *green behavior*. Serta peneliti selanjutnya diharapkan lebih mempersiapkan diri dalam proses pengambilan dan pengumpulan data sehingga hasil penelitian dapat lebih baik dan lebih lengkap.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung. (2013). *METODE PENELITIAN BISNIS KUANTITATIF DAN KUALITATIF EDISI KE-1* (Vol. 1).
- Agustina, R. D., Administrasi, F. I., & Brawijaya, U. (2014). *Pengaruh Pemasaran Hijau terhadap Citra Merek Hijau serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Strata-1 Angkatan 2012 / 2013 dan 2013 / 2014 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Menggunakan*. 33(1), 171–179.
- Car, A., Trisuchon, J., Ayaragarnchanakul, E., Creutzig, F., Javaid, A., Puttanapong, N., Tirachini, A., Irawan, M. Z., Belgiawan, P. F., Tarigan, A. K. M., Wijanarko, F., Henao, A., Marshall, W. E., Chalermpong, S., Kato, H., Thaithatkul, P., Ratanawaraha, A., Fillone, A., Hoang-Tung, N., ... Chalermpong, S. (2023). dewi 2023. *International Journal of Technology*, 47(1), 100950. <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2019.01.002><https://doi.org/10.1016/j.cstp.2023.100950><https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2021.04.007><https://doi.org/10.1016/j.trd.2021.102816><https://doi.org/10.1016/j.tra.2020.03.015><https://doi.org/10.1016/j.eastsj.20>
- Dawis, A. M. (2002). *Sugiyono (2018, hlm.61)*. 26–37.
- Ekonomi Dan Perbankan, J., Khoiruman, M., Harsono, M., Dharma Aub Surakarta, U., & Sebelas Maret, U. (2023). Perluasan Theory of Planned Behavior dalam Penelitian Perilaku Hijau Expansion of Theory of Planned Behavior in Green Behavior Research. *Muh. Khoiruman , Mugi Hrsono*, 8(1), 10–26. <https://www.e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/probank/article/view/1448>
- Faridatunniswah, A. (2018). Pengaruh Ambiguitas Peran Terhadap Kinerja Pustakawan Upt Perpustakaan Universitas Diponegoro Semarang. *Jurnal Pendidikan*, 1, 22.
- GOOD, G. (2015). Suardika 2023. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 1(April).
- Gunawan, F. W., I Gusti Agung Mas Krisna Komala Sari, & Lien Darlina. (2023). Analisis Penerapan Green Marketing di Hotel Aruna Senggigi Resort & Convention. *Journal of Mandalika Review*, 2(1), 13–20. <https://doi.org/10.55701/mandalika.v2i1.45>
- Igo, P., Putra, P., Pariwisata, J., & Bali, P. N. (2023). *Skripsi penerapan green marketing mix dalam meningkatkan tingkat hunian kamar di the westin resort & spa ubud*.
- Korry, D. I. (2017). Pengaruh Status Kerja Ibu Rumah Tangga Terhadap Coping Stress. *Repository Unika Sogijapranata*, 36–44.

<http://repository.unika.ac.id/id/eprint/14757>

- Kumadji, R. D. A., Kumadji, S., & Yulianto, E. (2015). Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Non-Member Tupperware Di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 22(2), 37–36.
- M Mariani. (2022). Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 32–41.
- Mutiara, D. (2014). sumber data. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 30–50.
- Noor, T. D. F. S. (2024). Tinjauan Atas Green Marketing Pada Hotel Pesona Alam Resort & Spa. *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan*, 3(3). <https://doi.org/10.37641/jabkes.v3i3.1903>
- Pendidikan, K., & Kebudayaan, D. A. N. (2021). *Jurusan pariwisata politeknik negeri bali*. 701981(0361), 2–3.
- Prakoso, Febrianto, 2019. (2019). Tinjauan Pustaka Tinjauan Pustaka. *Convention Center Di Kota Tegal, 2012*, 6–32. [http://repository.ums.ac.id/bitstream/handle/123456789/10559/BAB II.pdf?sequence=6&isAllowed=y](http://repository.ums.ac.id/bitstream/handle/123456789/10559/BAB%20II.pdf?sequence=6&isAllowed=y)
- Purba, Y. M. S. (2021). Implementasi Program Diklat Berjenjang Tingkat Dasar Dalam Jaringan Untuk Meningkatkan Kompetensi pendidik PAUD Universitas Pendidikan Indonesia. | *Repository.Upi.Edu* | *Perpustakaan.Upi.Edu*, 1–9.
- Rina, H. (2021). *Arisan Sebagai Alternatif Pengelolaan Keuangan Rumah Tangga*. 20–30.
- Sugiono. (2015). Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian Kualitatif*, 17, 43. [http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB III.pdf](http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB%20III.pdf)
- Suryani, I., Bakiyah, H., & Isnaeni, M. (2020). Strategi Public Relations PT Honda Megatama Kapuk Dalam Customer Relations. *Ejournal.Bsi.Ac.Id*, 9(9), 1–9. <https://media.neliti.com/media/publications/487468-strategi-public-relations-pt-honda-megat-fdc0db26.pdf>
- Syaodih Sukmadinata. (2011). *S_KOR_1804330_Chapter3*. 53–59.
- Utami, K. S. (2020). Green Consumers Behavior: Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Ramah Lingkungan. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(2), 209. <https://doi.org/10.30588/jmp.v9i2.499>
- Wahyudi, W. (2022). Analisa Kepuasan Konsumen Terhadap Sistem Informasi Penjualan Tiket Konser Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (Eucs) Pada Website Motikdong.Com. *Akrab Juara : Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 7(4), 73. <https://doi.org/10.58487/akrabjuara.v7i4.1989>

- Widyastuti, utari. (2017). Pelaksanaan Layanan Bimbingan Belajar Siswa Kelas V Di Sdit Az-Zahra Sragen. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24.
- Yoon, C. (2014). singarimbun (2010). *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 42–61.
- Yuniati, N. (2021). Green Hotel Concept and Practices in Indonesia. *E-Journal of Tourism*, November, 184. <https://doi.org/10.24922/eot.v8i2.76346>



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI